

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	I
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	Xi
DAFTAR GAMBAR.....	Xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	14
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 <i>Distinctive Capabilities</i>	14
2.1.1.1 <i>Distinctive Capabilities</i> bagian dari <i>Market Driven Strategy</i>	14
2.1.1.2 Karakteristik <i>Market-Driven Strategies</i>	20
2.1.1.2.1 <i>Becoming Market Orientation</i>	21
2.1.1.2.2 <i>Determining Distinctive Capabilities</i>	24
2.1.1.2.3 Dimensi <i>Distinctive Capabilities</i>	29
2.1.1.2.4 <i>Classifying Distinctive Capabilities</i>	29
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	34
2.1.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	34
2.1.2.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	35
2.1.2.3 Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Perilaku Pembelian.....	40
2.1.3 <i>Distinctive Capabilities</i> Terhadap Keputusan Berkunjung.....	42

...	
2.1.4 Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian.....	44
2.2 Kerangka Pemikiran.....	45
2.3 Hipotesis.....	54
BAB III METODE PENELITIAN	56
3.1 Objek Penelitian.....	56
3.2 Metode Penelitian	57
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan.....	57
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	58
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	65
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel	
3.2.4.1 Populasi.....	66
3.2.4.2 Sampel	67
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	68
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	69
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	71
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	71
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	74
3.2.7 Rancangan Analisis Data.....	76
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	76
3.2.7.2 Pengujian Hipotesis	77
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	85
4.1 Profil Perusahaan dan Wisatawan Taman Bunga Nusantara.....	85
4.1.1 Profil Perusahaan.....	85
4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	86
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan.....	88
4.1.1.3 Produk dan Jasa Wisata yang Ditawarkan.....	87
4.1.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	92
4.1.2 Jenis/Tipe Wisatawan	93

4.1.2.1 Jenis/Tipe Wisatawan Taman Bunga Nusantara.....	93
4.1.2.2 Alasan Mengunjungi Kawasan Wisata Taman Bunga Nusantara.....	93
4.1.2.3 Fasilitas yang Paling Diminati Wisatawan.....	95
4.1.2.4 Jenis Wisatawan Dilihat Dari Jenis Kelamin dan Usia.....	97
4.1.2.5 Jenis Wisatawaan Dilihat Dari Pendidikan dan Pekerjaan	99
4.1.2.6 Jenis Wisatawaan Dilihat Dari Asal Tinggal dan Lama Kunjungan.....	101
4.2 <i>Distinctive Capabilities</i> Taman Bunga Nusantara.....	102
4.2.1 <i>Reputation</i>	102
4.2.2 <i>Innovation</i>	105
4.2.3 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Distinctive Capabilities</i>	107
4.3 Pelaksanaan Keputusan Berkunjung.....	110
4.3.1 Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan Produk/Jasa	110
4.3.2 Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan Merek.....	112
4.3.3 Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan Saluran.....	113
4.3.4 Keputusan Berkunjung Berdasarkan Waktu Kunjungan.....	114
4.3.5 Keputusan Berkunjung Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	115
4.3.6 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung.....	118
4.4 Pengujian <i>Distinctive Capabilities</i> Taman Bunga Nusantara terhadap Keputusan Berkunjung.....	121
 BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	 124
5.1 Kesimpulan.....	124
5.2 Rekomendasi.....	125
 DAFTAR PUSTAKA.....	 126
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Hal
1.1	Statistik Kunjungan Wisman di Indonesia Tahun 2005-2010.....	3
1.2	Statistik Perkembangan Wisnus Tahun 2007-2010.....	4
1.3	Statistik Perkembangan Wisman dan Wisnus di Jawa barat tahun 2006-2010.....	5
1.4	Data Objek dan Daya Tarik Wisata Kabupaten Cianjur.....	7
1.5	Keunggulan antara Taman Bunga Nusantara dengan Taman buah Mekarsari.....	10
2.1	Definisi <i>Distinctive Capabilities</i> Menurut Beberapa Ahli.....	27
2.2	Definisi Keputusan Berkunjung Menurut Beberapa Ahli	34
2.3	Penelitian Tendahulu dan Orisinalitas Penelitian.....	44
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	59
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	65
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.4	Hasil Validitas dan Reliabilitas.....	71
3.5	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi.....	75
3.6	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	76
4.1	Jenis Wisatawan Taman Bunga Nusantara.....	93
4.2	Alasan Wisatawan Berkunjung.....	94
4.3	Fasilitas Yang Paling Diminati Wisatawan.....	95
4.4	Jenis Wisatawan Taman Bunga Nusantara Dilihat Dari Jenis Kelamin dan Usia.....	97
4.5	Jenis Wisatawan Taman Bunga Nusantara Dilihat Dari Pendidikan dan Pekerjaan.....	99
4.6	Jenis Wisatawan Taman Bunga Nusantara Dilihat Dari Asala Tinggal dan Lama Kunjungan.....	101

4.7 Pelaksanaan <i>Reputation</i> pada <i>Distinctive Capabilities</i> Taman Bunga Nusantara.....	103
4.8 Pelaksanaan <i>Innovation</i> pada <i>Distinctive Capabilities</i> Taman Bunga Nusantara.....	105
4.9 Rekapitulasi Variabel X (<i>Distinctive Capabilities</i>).....	109
4.10 Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan Produk/Jasa.....	111
4.11 Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan Merek.....	112
4.12 Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan Saluran.....	113
4.13 Keputusan Berkunjung Berdasarkan Waktu Kunjungan.....	114
4.14 Keputusan Berkunjung Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	115
4.15 Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung.....	116
4.16 Hasil Korelasi <i>Distinctive Capabilities</i> dengan Keputusan Berkunjung.....	119
4.17 Matriks Korelasi Antar Sub Variabel <i>Distinctive Capabilities</i> dengan Keputusan Berkunjung.....	120
4.18 Hasil Pengujian Koefisien Jalur, Pengaruh Lngsung dan Tidak Langsung dari <i>Distinctive Capabilities</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	121

DAFTAR GAMBAR

No	Gambar	Judul Gambar	Hal
1.1	Tingkat Pertumbuhan Wisatawan Taman Bunga Nusantara.....		8
2.1	Karakteristik <i>Market Driven Strategies</i>		20
2.2	Komponen <i>Market Orientation</i>		22
2.3	Keunggulan <i>Distinctive Capabilities</i>		27
2.4	Proses Mencapai Keunggulan Bersaing.....		28
2.5	<i>Value Requirnemens Vs Distinctive Capabilities</i>		31
2.6	Proses Keputusan Pembelian.....		36
2.7	Model Keputusan Berkunjung.....		37
2.8	Kerangka Pemikiran.....		52
2.9	Paradigma Penelitian.....		53
3.1	Struktur Hubungan Kausal Antara X dan Y.....		80
3.2	Diagram Jalur Hipotesis.....		81
3.3	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis		81
4.1	Struktur Organisasi.....		92
4.2	Alasan Wisatawan Berkunjung.....		95
4.3	Wisatawan Taman Bunga Nusantara Dilihat Dari Jenis Kelamin dan Usia.....		98
4.4	Jenis Wisatawan Taman Bunga Nusantara Dilihat Dari Pendidikan dan Pekerjaan...		100
4.5	Jenis Wisatawan Taman Bunga Nusantara Dilihat Dari Asala Tinggal dan Lama Kunjungan.....		102

4.6 <i>Distinctive Capabilities</i> Taman Bunga Nusantara.....	108
4.7 Garis Kontinum <i>Distinctive Capabilities</i> yang Dirasakan Wisatawan Taman Bunga Nusantara.....	110
4.8 Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung.....	117
4.9 Garis Kontinum Total Keputusan Berkunjung Taman Bunga Nusantara.....	119
4.10 Diagram Jalur Pengujian Hipotesis.....	123

